

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Dari pembahasan diatas telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari diagram matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) diketahui hasil dari kriteria penelitian dalam empat kuadran IPA sebagai berikut:

a) Kuadran I:

Memberikan pelayanan dengan cepat ke konsumen (P7)

Pengetahuan, kesopanan pegawai terhadap konsumen sudah memadai (P8)

Kerapian kemasan produk mampu memenuhi kebutuhan konsumen (P12)

Harga produk minuman yang terjangkau (P15)

Promo untuk hari-hari tertentu (P16)

Varian harga produk minuman yang dapat dijangkau (P17)

b) Kuadran II:

Merek minuman yang mudah diingat oleh konsumen (P1)

Menariknya simbol, nama, dan logo merek minuman (P2)

Merek minuman mudah dikenal oleh konsumen (P3)

Persepsi masyarakat tentang merek minuman sudah terpenuhi (P4)

c) Kuadran III:

Ketersediaan fasilitas fisik (bangunan, kursi meja, dll) (P5)

Pegawai paham akan kebutuhan pelanggan secara spesifik (P9)

Rasa minuman yang sudah memadai (P10)

Banyak ragam produk yang tersedia (P11)

Keindahan isi produk yang menarik bagi konsumen (P13)

Produk sudah sesuai dengan persepsi (P14)

d) Kuadran IV:

Kemampuan pegawai memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan (P6)

Untuk penjelasan kriteria penilaian dari setiap pernyataan pada kuesioner dapat dilihat lebih rincinya di lampiran.

2. Berdasarkan dari perhitungan PGCV kriteria-kriteria penilaian harus ditingkatkan kualitasnya akan ditentukan berdasarkan dua kuadran yaitu kuadran II (*concentrate here*) dan kuadran III (*low priority*). Dari kuadran tersebut dianalisis dan diurutkan berdasarkan perhitungan PGCV tertinggi dalam kuadran II IPA, sebagai berikut:
  - a) Merek yang mudah diingat dan diucapkan (P1), dengan nilai PGCV 3.336
  - b) Simbol, nama, logo hendaknya menarik bagi konsumen (P2), dengan nilai PGCV 3.413
  - c) Sebuah merek yang mudah dikenal (P3), dengan nilai PGCV 3.074
  - d) Persepsi masyarakat terhadap merek usaha minuman kekinian (P4), dengan nilai PGCV 3.398
3. Kriteria penilaian prioritas lanjutan akan ditingkatkan kualitasnya dengan urutan dari prioritas perhitungan nilai PGCV tertinggi dalam kuadran III IPA, sebagai berikut:
  - a) Fasilitas fisik seperti: bangunan, meja, kursi, dll (P5), dengan nilai PGCV 3.060
  - b) Pemahaman pegawai akan kebutuhan pelanggan secara spesifik (P9), dengan nilai PGCV 2.961
  - c) Rasa minuman kekinian yang dibuat pegawai (P10), dengan nilai PGCV 2.867
  - d) Ragam produk yang tersedia di kedai (P11), dengan nilai PGCV 3.006
  - e) Keindahan dari isi produk minuman (P13), dengan nilai PGCV 3.012
  - f) Produk sudah dengan apa yang saya persepsikan (P14), dengan nilai PGCV 3.175

## **1.2 Saran**

Pada penelitian ini, peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya untuk meningkatkan kualitas di kedai tersebut, sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti hal yang lebih penting, misalnya meneliti pemasukan dan pengeluaran perusahaan, serta laba yang didapat selama awal buka kedai tersebut.
2. Meningkatkan pemasaran di kedai tersebut, misalnya dengan menggunakan metode yang lain yang lebih mudah dipahami.

## DAFTAR PUSTAKA

(<https://tambahpinter.com/kepuasan-konsumen-revisi/>).

- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Effect of service quality on customer satisfaction in shaping customer loyalty. *Journal of Administrative Sciences and Organizations*, 17(2).
- Freddy, Rangkuti, 2006, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Haryono Novan, Oktavia Rooney. (2014). “Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen”, INDEPT, Vol. 4, No. 1 Februari .
- Hom, Willard C. (1997). *Make Customer Service Analyces A Little Easier With The PGCV Index*. Quality Progress Journal. Page 89-93.s
- Kotler, P, (1997), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek PT Salemba Emban Patria, Jakarta*
- Martilla, John A. & John C. James. (1977). *Importance Performannce Analysis*. C.A: Free Press.
- Nusaputra, N., Choiri, M., & Kusuma, L. W. (2014). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel dengan Metode Servqual, IPA dan Indeks PGCV. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen SIstem Industri Vol. 2 No, 6*, 1239-1250.
- Rangkuti, F. (2018). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Strat. Meningk. Kep. Plg*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publising.
- Wardhani, N. I. K. (2012). Analisis Kualitas Produk dan Harga dalam Meningkatkan Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan pada Minuman Sari Buah Frutang. *Neo-Bis*, 6(1), 64-75.
- Yamin, M., Sumantri, C., Farajallah, A., Tiesnamurti, B., & Inounu, I. (2002). *Peningkatan Produksi dan Kualitas Karkas Ternak Domba Lokal Melalui Program Seleksi dengan Menggunakan Penciri Genetik Callipyge Gene*.

Yola, M., & Budianto, D. (2013). Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk pada supermarket dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(1), 301-309.

Zeithaml, Parasuraman, L. Berry. (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press